SERI LITERASI DIGITAL

KOMINFO

Indonesia baik.id

KIAT BIKIN INFOGRAFIS KEREN

dan Berkualitas Baik



TIDAK DIPERJUALBELIKAN. BEBAS DIUNDUH DAN DIPERBANYAK.

KIAT BIKIN

INFOGRAFIS KEREN

dan Berkualitas Baik

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
REPUBLIK INDONESIA
Menuju Masyarakat Informasi Indonesia

Indonesia
baik.id

KIAT BIKIN INFOGRAFIS KEREN DAN BERKUALITAS BAIK

Cetakan 1: Januari 2018
ISBN: 978-602-17232-5-8

Pengarah
Rosarita Niken Widiastuti

Penanggung Jawab
Selamatta Sembiring

Redaktur Pelaksana
Dimas Aditya Nugraha

Tim Redaksi & Kontributor
Edy Pang
Uji Agung Santosa
Anastasya Simanjuntak
Widi Wihartono
Matroji
Dewi Susilorini
Riana Riskinandini
Anggi Akhirta Muray
Nuniek Aprianti Wibowo
Rokayah
Tri Murwanti
Naca
Heryadi
Titania Nurrahim
Siap Bangun Negara
Abror Fauzi
Arlyta Dwi Anggraini

Desain & Ilustrasi
Edy Pang
Ananda Syaifullah
Septian Agam
Tri Adjie Kurniawan
M. Ishaq Dwi Putra
Bontor Paulo
Gemawan Putra
Oktanti Putri Hapsari
Tsani Sirojul Munir

Alamat Redaksi
Direktorat Pengolahan dan Penyediaan Informasi
Kementerian Komunikasi dan Informatika
Jl Merdeka Barat g 10110
Telepon (021) 3521538

Penerbit
Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

SAMBUTAN

Menteri Komunikasi dan Informatika

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,
Salam sejahtera bagi kita sekalian,

Internet adalah produk kebudayaan, dan sudah semestinya Internet digunakan manusia untuk menghasilkan kehidupan yang berbudaya. Namun bak pisau bermata dua, Internet sejatinya hanyalah alat yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif tergantung pada cara dan tujuan penggunaannya. Dalam era digital saat ini, beragam informasi semakin merasuk hingga ke gawai setiap orang, baik diharapkan ataupun tidak. Kemampuan individu memilah dan memilih informasi, lantas menjadi hal yang mendesak.

Untuk itulah Literasi Digital menjadi kian signifikan relevansinya, tidak hanya sebagai komplementer, tetapi sebagai program prioritas bersama dalam kerangka melakukan upaya edukasi dan advokasi pengguna Internet. Literasi Digital menurut UNESCO adalah, "*kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif, etika, sosial emosional dan aspek teknis atau teknologi*".

Di sisi lain International Telecommunication Union (ITU) menekankan perlu adanya perhatian khusus terhadap generasi muda yang telah akrab dengan dunia digital, atau dikenal sebagai *digital native*, yaitu mereka yang lahir setelah tahun 1980. ITU pun merekomendasikan bahwa memahami cara generasi *digital native* belajar, bermain dan bahkan melibatkan diri mereka ke tengah masyarakat akan dapat membantu dalam menyusun dan merencanakan masa depan mereka. Di Indonesia sendiri, lebih kurang 50% total pengguna Internet Indonesia adalah *digital native*.

Dengan demikian, dalam koridor tata kelola Internet (Internet Governance), sudah dirasa perlu ada upaya bersama para pemangku kepentingan majemuk (*multistakeholder*) dalam memberikan panduan, arahan ataupun petunjuk agar pengguna Internet dapat mengoptimalkan dampak positif Internet sekaligus meminimalisir dampak negatifnya.

Setelah sebelumnya *multistakeholder* Indonesia menginisiasi adanya Gerakan Nasional Literasi Digital SIBERKREASI, maka kini Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pun menyambut gembira

keberadaan sejumlah buku “Seri Literasi Digital” ini. Kami yakin kerja bersama ini merupakan tahapan penting dan contoh kerja bersama bagi masyarakat informasi di dunia tentang ikhtiar dan upaya membangun Internet yang lebih bermanfaat dan berbudaya.

Untuk itu, apresiasi dan terimakasih saya sampaikan untuk segala pihak yang telah membuat buku seri literasi digital ini hadir di hadapan para pembaca

Wassalamu ‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Jakarta, 31 Januari 2018

Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI

Rudiantara

SAMBUTAN

Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,
Salam sejahtera bagi kita sekalian,

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan YME, karena buku "*Kiat Bikin Infografis Keren dan Berkualitas Baik*" ini bisa selesai dan sampai ke tangan masyarakat. Buku ini menjadi bagian dari upaya Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam mengerakkan masyarakat, terutama kaum muda dan para millenials, untuk lebih berperan aktif dalam pembangunan nasional melalui pembuatan konten-konten positif di internet.

Sudah saatnya, kaum muda Indonesia membanjiri dunia maya dengan konten-konten bermuatan positif. Konten-konten membangun dengan muatan positif, akan mampu mengedukasi dan menginspirasi masyarakat untuk bersikap positif dalam kehidupan sehari-hari. Sebab, di tengah badai informasi yang kian kuat di dunia maya, keberadaan konten positif bisa menjadi oase yang menyejukkan.

Buku ini juga diharapkan bisa mendukung Gerakan Nasional Literasi Digital untuk menanggulangi ancaman penyebaran konten negatif melalui internet seperti hoax, *cyberbullying*, dan *online radicalism*. Dengan harapan akan lebih banyak konten positif yang tersebar di internet, maka buku ini muncul.

Karena itulah buku "*Kiat Bikin Infografis Keren dan Berkualitas Baik*" ini menjadi bagian dari sejumlah buku "Seri Literasi Digital" yang dikeluarkan oleh Kominfo. Buku Seri Literasi Digital diharapkan bisa memberikan panduan agar pengguna internet di Indonesia mampu memetik manfaat positif internet secara optimal sekaligus meminimalisir dampak negatifnya.

Infografis sendiri dipilih karena sebagai sebuah konten kreatif, konten ini memiliki keunggulan untuk menjelaskan cerita yang tidak dapat diceritakan

oleh teks dan foto. Infografis akan lebih efektif dalam memudahkan pembaca memahami sebuah konten informasi tanpa harus kesulitan menganalisa teks informasi.

Selain itu, infografis juga mampu menyelesaikan kelemahan medium komunikasi teks dan gambar dengan mengkombinasikan keduanya. Dari asal katanya sendiri, infografis merujuk pada bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat. Tidak hanya bisa dipublikasikan dalam jaringan internet, infografis juga bisa dipublikasikan secara tercetak.

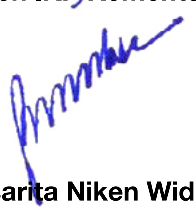
Oleh karena itu infografis dinilai pas untuk meningkatkan literasi digital terutama terutama kepada generasi muda yang telah akrab dengan dunia digital, atau dikenal dengan *digital native*. Apalagi di Indonesia, lebih kurang 50% pengguna internal adalah *digital native.*

Untuk mereka yang sudah bekerja membuat dan menyelesaikan buku ini, saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya. Selamat membaca dan semoga buku ini bisa bermanfaat untuk membuat Indonesia yang lebih baik.

Wassalamu ‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Jakarta, 31 Januari 2018

Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika



Rosarita Niken Widiastuti

DAFTAR ISI

3

PROSES KERJA 25

TENTANG INFOGRAFIS

Pada praktik desain komunikasi visual, desain informasi seringkali direpresentasikan oleh karya desain infografis. Ini adalah karya yang mengkombinasikan antara informasi dan grafis.

Infografis sendiri berasal dari kata *infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *information* + *graphics*. Kata ini merujuk pada bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat.

Infografis berkembang pesat dalam media massa setelah desainer dapat mengkombinasikan antara informasi dari ranah berita ke dalam bentuk visual yang dicetak maupun yang dipublikasikan dalam jaringan internet.

Infografis dipublikasikan dalam dua format yakni infografis statis (atau biasa disebut infografis) dan infografis dinamis (*motiongraphic*). Infografis statis berbentuk gambar statis yang berisi tabel, grafis (ilustrasi dan gambar) dan teks. Sedangkan *motiongraphic* berbentuk video yang berisi komposisi visual bergerak (animasi) dari elemen-elemen infografis dan memiliki alur yang mudah dimengerti.

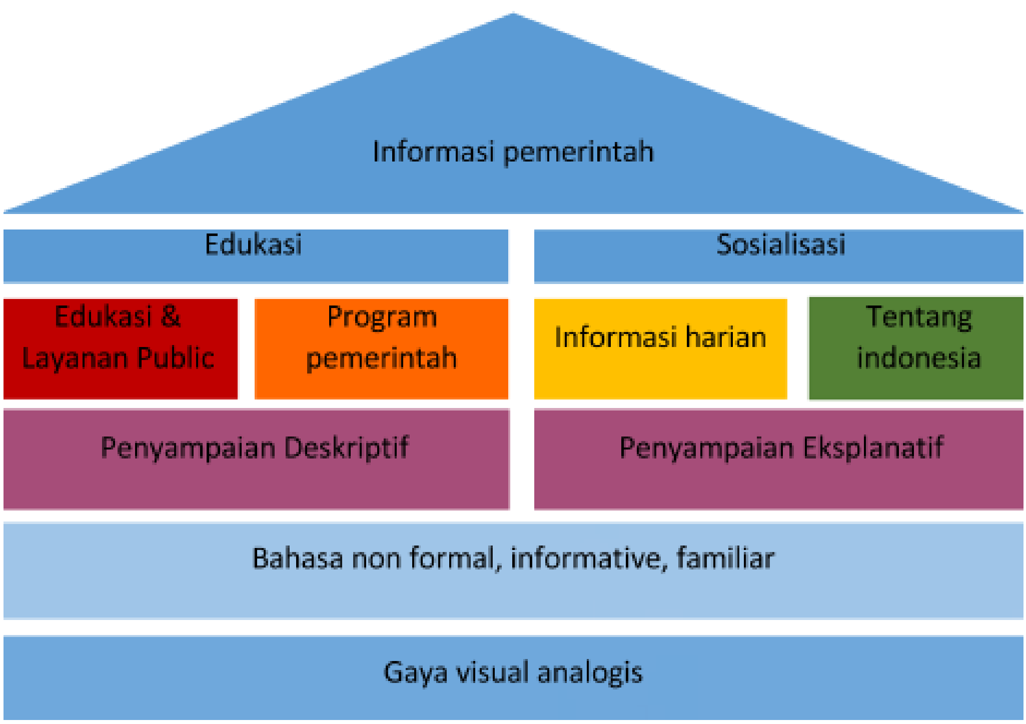
Keunggulan utama infografis adalah kemampuannya menjelaskan cerita yang tidak dapat diceritakan oleh teks dan foto. Menurut penelitian mengenai infografis yang dilakukan oleh Barbara M. Miller dan Broke Bannet dalam majalah Newspaper Research Journal (NRJ), tahun 2010, infografis efektif dalam memudahkan pembaca memahami sebuah konten informasi tanpa harus kesulitan menganalisa teks informasi. Selain itu, infografis juga mampu menyelesaikan kelemahan medium komunikasi teks dan gambar dengan mengkombinasikan keduanya.

Sementara itu, NeoMam Studio, sebuah studio yang mendalami pembuatan infografis digital di Manchester, berpendapat bahwa Infografis digital dipilih karena dua alasan utama : Infografis lebih menarik perhatian karena masyarakat cenderung menyukai konten visual karena menarik, mudah dipahami, dan menghibur. Infografis juga lebih mudah dimengerti dan diingat dibanding informasi yang hanya mengandung elemen teks saja.

INFOGRAFIS INFORMASI PEMERINTAH

Infografis yang disusun untuk tujuan penyampaian informasi pemerintah biasanya dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu: Informasi Harian (*Daily Issue*), Program Pemerintah, Edukasi dan Informasi Publik, dan Tentang Indonesia. Keempat kategori besar ini memerlukan tujuan spesifik yang lebih mendalam dari sekadar memberikan informasi kepada publik. Tiap kategori memerlukan metode tersendiri dalam menyusun konten informasi yang dimuat dalam infografis termasuk segmen spesifik dan gaya visual yang disajikan. Keempat kategori ini juga membutuhkan rangkaian publikasi yang terjadwal agar dapat diukur keberhasilannya mencapai target audien.

Penerapan infografis dalam strategi komunikasi media sosial berbasis internet adalah pada perangkaian jadwal posting informasi. Penjadwalan inilah yang menggiring pembaca pada repetisi kategori dan memudahkan pembaca untuk mengenal konten informasi apa saja yang akan disajikan oleh akun sosial media yang digunakan untuk menyampaikan informasi pemerintah. Seperti dianalogikan dalam bagan berikut:



TUJUAN

Tujuan buku ini adalah untuk memberikan batasan sekaligus acuan standar nilai baik hasil akhir produk dan kiat-kiat pembuatan produk baik mulai tahap perancangan hingga pra-publikasi infografis (statis dan dinamis).

STANDAR KUALITAS BAIK

1

Bagian 1

STANDAR INFOGRAFIS BERKUALITAS BAIK

Infografis yang berkualitas baik sesuai standar konten dibuat dengan memenuhi kriteria-kriteria berikut ini:

- a **Berorientasi pada tujuan infografis**
- b **Berdasarkan riset dan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan dan tanggal produksi sebagai referensi aktualitas**
- c **Relevansi dengan kebutuhan pembaca**
- d **Struktur visual yang harmonis dan menarik**
- e **Keterbacaan (*Readability*)**
- f **Unsur persuasi**
- g **Lugas (*Simplicity*)**
- h **Konsistensi dengan *brand guideline***
- i **Kemudahan dibagikan (*Shareability*)**



a. Berorientasi Pada Tujuan Infografis

Hasil infografis yang diproduksi harus berorientasi pada masing-masing tujuan jenis konten. Tujuan dari konten-konten pemerintahan umumnya dibagi menjadi 5 hal yakni untuk **memberikan informasi** dan **panduan**, **sosialisasi**, **menghibur** dan **memberikan informasi teraktual**.



Jenis Konten	Tujuan	Unsur yang Dipenuhi
Edukasi dan Informasi Publik	Memberikan informasi	Apa informasinya
	Memberikan panduan	Bagaimana caranya
	Menunjukkan jadwal	Kapan
Program Pemerintah	Sosialisasi program	Tentang apa, kapan, dimana
	Menyampaikan informasi penting	Apa Informasinya
	Panduan program	Bagaimana tatacaranya
Tentang Indonesia	Menghibur, memberikan informasi menarik	Apa, siapa, kenapa
Informasi Harian (*Daily Issue*)	Menyampaikan informasi teraktual	Apa, kenapa, bagaimana

Tabel 1.1 Setiap kategori infografis memiliki tujuan yang berbeda-beda. Hal ini berpengaruh tentang bagaimana konten ini disampaikan, dengan memperhatikan unsur-unsur yang dipenuhi. Empat kategori ini mengambil contoh dari pilar konten yang ada di IndonesiaBaik.id.

b. Riset, Sumber dan Waktu Produksi

Infografis yang diproduksi harus melalui proses riset dari sumber-sumber yang dapat dipertanggungjawabkan.

1. Pemilahan data menggunakan pendekatan **dasar statistik** dengan tujuan positif
2. Pemilahan data menggunakan **pendekatan logika** (identitas, kontradiksi, korelasi dan kombinasi)
3. Memiliki informasi yang **komprehensif dan akurat**
4. Konten memuat **sumber yang dapat divalidasi**
5. **Lisensi**/ijin penggunaan aset (gambar, ilustrasi, video, audio) yang didapat dari internet
6. Mencantumkan **tanggal produksi** agar pembaca mengetahui apakah informasi tersebut masih berlaku



c. Relevan dengan Kebutuhan Pembaca

Hasil infografis yang diproduksi harus relevan.



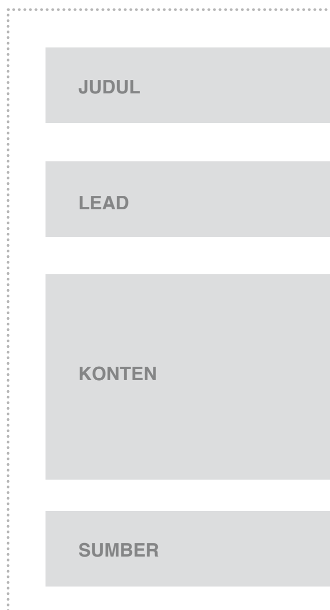
1. **Aktual**, sesuai dengan kenyataan yang ada sekarang
2. ***Up to date*** dengan kebutuhan pembaca saat ini
3. Menawarkan **informasi baru** atau teknik penyampaian terkini
4. **Ilustrasi dan gambar** yang mendukung

Relevansi / Infografis berikut dibuat dengan memenuhi kriteria relevansi diantaranya adalah menyampaikan informasi baru dan aktual terkait kereta bandara yang baru saja beroperasi. Infografis ini juga menggunakan ilustrasi dan gambar yang sesuai pada konteksnya.

d. Struktur Visual

Infografis yang diproduksi memiliki struktur visual yang baik.

1. Memiliki **keseimbangan visual**
2. Kombinasi simbol, ilustrasi, gambar, font yang **serasi dalam gaya**
3. Simbol, ilustrasi, gambar, **font sesuai dengan karakter** topik yang ditampilkan
4. Palet **warna sesuai karakter** topik
5. Pemilihan **warna yang mudah diserap mata**
6. Elemen **desain dengan proporsi yang akurat**
7. Tampilan **terstruktur pada grid** yang rapi dan profesional
8. Memiliki **komposisi elemen audiovisual yang bagus** (untuk infografis dinamis)



e. Keterbacaan *(Readability)*

Infografis yang diproduksi mudah dibaca dan dipahami

1. **Teks tidak terlalu panjang**, terlebih apabila diterapkan pada infografis dinamis karena keterbatasan waktu baca.
2. Ukuran **font tidak terlalu kecil** sehingga susah dibaca (9 poin minimal).
3. Menggunakan **Bahasa Indonesia yang baik dan benar**
4. **Jarak antar font ideal** (tidak terlalu rapat)

Aktivitas Penggunaan Komputer saat Terhubung Internet oleh individu	Aktivitas Penggunaan Komputer saat Terhubung Internet oleh individu	Aktivitas Penggunaan Komputer saat Terhubung Internet oleh individu
Lakukan	Terlalu Rapat	Terlalu Renggang

f. Persuasi

Infografis yang diproduksi memiliki unsur persuasi untuk menarik minat pembaca

1. Menggunakan **judul dalam kalimat ajakan atau kalimat menarik (*wow!*)** agar membuat pembaca tergerak, contohnya:

   - Ayo Tingkatkan Kualitas Keluargamu!
   - Awas Erupsi, Lakukan Evakuasi!
   - Kenali Sumber Konten Pornografi

2. Memilih judul yang dapat **mengarahkan kepada pemahaman yang tepat.** Jangan menggunakan judul yang tidak berkaitan dengan isi konten, karena akan memicu pemahaman yang salah bagi pembaca.
3. Memiliki ***point of interest*** dari sisi visual



Judul Persuasif
Beberapa contoh infografis dengan contoh judul bergaya persuasif

g. Lugas *(Simplicity)*

Infografis yang diproduksi bersifat lugas

1. Memiliki **alur yang tidak rancu** atau urut sesuai dengan alur paparan
2. Memiliki **satu ide sentral** yang menjadi fokus
3. **Tidak menimbulkan bias, ambigu dan kesalahpahaman**
4. Memilih **istilah yang mudah dipahami**

h. Sesuai *Brand Guideline*

Infografis yang diproduksi sesuai dengan *brand guideline* dan tidak melanggar ketentuan yang ada

1. **Sesuai *brand guideline*** yang telah disepakati
2. **Tidak melanggar *brand guideline* pihak lain** yang berafiliasi pada produk yang sedang dikerjakan



Brand Guideline
Brand guideline dipakai agar sebuah produk, dalam hal ini infografis memiliki ciri dan konsistensi. Produsen infografis (IndonesiaBaik.id) memiliki ketentuan dalam penempatan logo di footer yang mencakup posisi, ukuran dan warnanya.

Pada infografis ini juga melibatkan brand lain (Asian Games 2018 dan Ericsson). Sehingga dalam praktiknya, infografis ini dibuat dengan memperhatikan *brand guideline* dari pihak lain yang tercantum.



i. Mudah Dibagikan *(Shareability)*

Infografis yang diproduksi dapat ditransfer ke berbagai platform media, khususnya media digital.

Masing-masing platform digital memiliki batasan resolusi maupun ukuran. Berikut adalah tabel karakter konten platform sosial media.

Media	Teks (kutipan)	Format	Ukuran
Website Media baca	Artikel teks (caption) terdiri dari 1-2 paragraf. Artikel menyisipkan kata kunci pencarian dan tag.	Image JPEG, PNG, GIF, WEBP	1080px x unlimited Maksimal 5MB*
		Video MP4 atau embed YouTube	1080p atau 720p
Facebook Share link, upload gambar atau galeri	Artikel teks (caption) terdiri dari 1-3 paragraf dengan tag.	Image JPEG, PNG (akan diu-bah menjadi JPEG)	1080px
		Video MP4 atau embed YouTube	1080p atau 720p (16:9**; 9:16, 1:1*)
Instagram Visual photo & video	Artikel teks (caption) disertai maksimal 20 hashtag	Image JPEG, PNG	1080px x 1350px** 1080px x 1080px* 1080px x 566px
		Video	1080p, 16:9* 1080p, 1:1 Maks. 60 detik
Twitter Microblogging	Artikel teks (caption) maksimal 140 karakter, termasuk hashtag	Image JPG, PNG, GIF	Min. 600px (2:1 atau 1:1**)
		Video	<140 detik GIF maks. 15MB
Whatsapp Chatting + Broadcasting	Teks broadcast (chat)	Image	1080p atau 720p (16:9*; 4:3)
		Video	1080px** (min. 600px*) x unlimited
YouTube Video	Artikel teks (caption) disertai kata kunci pencarian dan tag	Video	Maksimal 6MB

Berbagai Format Media Digital / Masing-masing media untuk mempublikasikan infografis memiliki ketentuan baik berupa dimensi atau video yang diupload, durasi, maupun jumlah karakter kutipannya. *Direkomendasikan karena optimal. **Direkomendasikan karena memudahkan proses produksi.

Bagian 2

STANDAR ELEMEN INFOGRAFIS

Dalam penerapannya, kriteria-kriteria yang disebutkan di bab sebelumnya (Standar Infografi Berkualitas Baik) diterjemahkan pada setiap elemen yang menyusun infografis baik statis maupun dinamis. Elemen-elemen infografis yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

INFOGRAFIS STATIS

- a **Judul**
- b **Tata Letak**
- c **Icon & Simbol**
- d **Ilustrasi & Gambar**
- e **Warna**
- f **Tipografi**

INFOGRAFIS DINAMIS

- g **Musik Latar**
- h ***Sound Effect***
- i ***Voiceover***
- j **Animasi & Efek Visual**
- k **Transisi**



a. Judul

Sebagai salah satu elemen utama, judul infogafis memenuhi kriteria berikut

1. Direkomendasikan **menggunakan maksimal 5 kata**
2. Memiliki **judul yang menarik perhatian**
3. **Mewakili isi** keseluruhan atau mengajak (persuasi) untuk membaca lebih lanjut data atau konten yang disajikan
4. Menggunakan **kalimat aktif**



Judul
Contoh judul infografis dengan kriteria di atas.

b. Tata Letak *(Layout)*

Tata letak infografis terstruktur rapi dengan kriteria sebagai berikut

1. **Penempatan dan pemisahan antar blok** dengan sub-topik yang tidak berkaitan langsung harus jelas
2. Pembedaan antara **konten utama dan konten pendukung**
3. Penempatan **focal point visual yang tepat**
4. **Margin yang konsisten** antar elemen
5. Pilih **tipe infografis** yang sesuai

c. Ikon & Simbol

Penggunaan ikon atau simbol sesuai dengan kriteria berikut

1. **Membantu pemahaman** lebih cepat
2. Bersifat **simbolis dan universal**
3. **Mudah dikenali**
4. Gunakan ikon dalam **menampilkan data**
5. Gunakan ikon **buatan sendiri atau berlisensi**
6. Penggunaan **ikon harmoni dengan elemen lainnya**



Ikon dan Simbol / Infografis dinamis ini menggunakan ikon untuk membantu pemahaman tentang item yang sedang diterangkan.

d. Ilustrasi & Gambar

Penggunaan ilustrasi sesuai dengan kriteria berikut

1. Ilustrasi atau gambar bersifat **memudahkan pemahaman** terhadap data atau konten yang disampaikan
2. Tipe ilustrasi atau filter gambar **konsisten dalam satu infografis**
3. Ilustrasi **buatan sendiri** atau diambil dari sumber lain **dengan lisensi**
4. Kualitas gambar memiliki **resolusi cukup**
5. Gambar atau ilustrasi yang digunakan **sesuai dengan alur konten atau narasi**





Ilustrasi & Gambar / Penggunaan ilustrasi dan foto untuk menampilkan karakter atau objek yang dipaparkan pada infografis

e. Warna

Penggunaan warna dalam infografis memenuhi kriteria berikut

1. Menerapkan **psikologi warna** yang dipakai dan kesesuaian dengan topik
2. Warna teks dan warna background memiliki **kontras yang nyaman dibaca.** Jangan gunakan warna merah terang dengan teks kuning menyala karena akan susah dibaca. Gunakan paduan warna pastel agar lebih nyaman di mata.
3. Penggunaan **palet warna yang mudah diserap mata**, tidak menyilaukan
4. **Kesesuaian dengan *brand guideline***
5. Penggunaan **warna sesuai identitas objek**
6. Penggunaan **gradasi untuk menunjukkan kepadatan objek statistik**
7. Paduan **warna yang konsisten** pada satu desain
8. **Familiaritas warna**



f. Tipografi

Penggunaan tipografi untuk infografis memenuhi kriteria

1. Pemilihan **font judul dan subjudul yang sesuai dengan mood** atau gaya infografis yang sedang dikerjakan
2. Judul **direkomendasikan menggunakan font bertipe Display**
3. Teks **direkomendasikan font bertipe Sans-serif** dan ukuran minimal 20 poin pada dokumen @300dpi (*dot per inch*).
4. Direkomendasikan menggunakan dua jenis font yang berbeda. **Maksimal 3 jenis font.** Misalnya font berjenis Display untuk judul dan font berjenis Sans-serif untuk teks isi.
5. Buatlah **palet font (warna, ukuran, ketebalan) untuk satu infografis** yang meliputi font untuk judul utama, subjudul, judul blok, deskripsi dan teks body
6. Pastikan **jarak antar huruf tidak terlalu renggang atau terlalu rapat**
7. Pastikan **jarak antar baris rapi dan mudah dibaca**

g. Musik Latar

Musik latar pada infografis berbentuk video (dinamis) digunakan untuk mendukung pengalaman menonton video menjadi lebih dinamis dan menyenangkan. Karena itu mood video harus sesuai dengan pesan infografis tetapi tidak bersifat mengganggu, terlebih apabila video disertai *voiceover*.

1. **Pemilihan musik latar** dilakukan saat pada proses pembuatan storyboard
2. **Musik latar tidak mengganggu visualisasi** konten
3. Musik latar **tidak boleh mengganggu *voiceover***
4. Musik latar **selaras dengan animasi** dan transisi, terutama kesesuaian tempo musik dengan gerak animasinya.
5. Mood musik **latar sesuai dengan tema** yang diangkat
6. Durasi musik, pemotongan dan penggabungan **disesuaikan dengan kebutuhan video**
7. Genre, mood dan alat musik merupakan v**ariable pilihan untuk kesesuaian video**

h. *Sound Effect*

Sound effect digunakan untuk mendukung perubahan animasi dan transisi.

1. Sound effect digunakan sebagai **pendukung pada audio infografis**, setelah musik latar atau voiceover
2. Sound effect **digunakan secara sinkron** pada animasi yang dibuat
3. Sound effect berfungsi sebagai elemen pendukung sehingga **tidak boleh mengganggu audio utama**
4. Musik latar dan sound effect dari sumber berlisensi atau **legal untuk digunakan**

i. *Voiceover*

Voiceover (VO) memenuhi kriteria-kriteria berikut:

1. Karakter suara VO **sesuai tema** yang diangkat
2. Karakter suara VO **sesuai dengan karakter visual** pada video
3. Menggunakan **teknik penekanan nada** untuk menyesuaikan urgensi informasi
4. Dibawakan dengan **pelafalan jelas**
5. Dibawakan secara **sinkron dengan transisi grafis dan alur**
6. Dibacakan **berdasarkan script**

j. Animasi Objek & *Visual Effect*

Animasi objek adalah bagian paling inti dari visualisasi konten. Karena infografis menitikberatkan pada penyampain informasi, maka animasi harus dibuat untuk mendukung tujuan tersebut. Karena itu, animasi harus tepat pada konteksnya dan tidak berlebihan. Animasi yang berlebihan justru mengganggu fokus pemirsa.

1. Rancangan animasi **dibuat pada saat menyusun storyboard**
2. Animasi objek dibagi menjadi dua kategori: **animasi primer dan animasi sekunder**
3. Animasi harus **mendukung penyampaian konten**
4. Animasi harus memiliki **kronologi yang jelas dan menarik**, tidak mengganggu satu sama lain
5. Optimalkan **fokus penyampaian objek utama** (teks dan data)

j. Transisi

Transisi merupakan bagian penting dari infografis berbentuk dinamis. Pada infografis statis, setiap sub-ide dikelompokkan berdasarkan blok. Pada infografis video, pemisahan blok ini dilakukan dengan slide. Transisi dibuat untuk menyambungkan satu slide dengan slide lainnya. Tepat seperti presentasi, karena pada dasarnya infografis adalah menyajikan data dalam frame satu ide sentral.

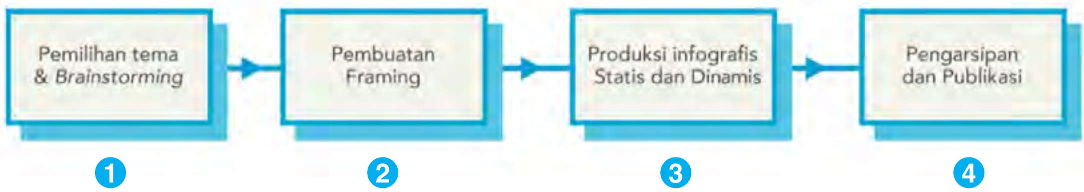
1. Menggunakan **analogi sebagai pertimbangan efek grafis**
2. **Tidak mengganggu audiens** menerima informasi
3. **Tidak mengganggu durasi akhir** yang ditetapkan
4. **Mampu menghubungkan sub-ide** (*slide*) satu dengan yang lain dengan baik
5. **Dirancang pada saat membuat storyboard**

STANDAR KERJA

2

1. Alur Kerja

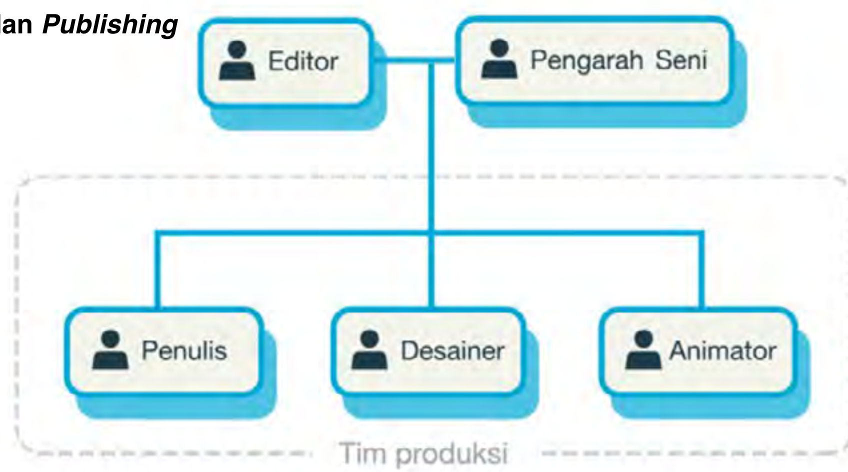
Standar kerja untuk menghasilkan produk konten digital agar sesuai target selayaknya memiliki alur kerja yang tepat. Mekanisme produksi sesuai rencana dan dievaluasi secara sektoral untuk meningkatkan kualitas, kecepatan dan ketepatan produksi. Berikut standar alur kerja yang dilakukan tim kerja.



2. Tim Kerja

Tim kerja yang dimaksud setidaknya bisa melakukan pekerjaan-pekerjaan sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data & Riset**
2. **Perancangan Kreatif**
3. **Desain Konten dan *Copywriting***
4. **Produksi Infografis Statis**
5. **Produksi Infografis Video**
6. ***Review* dan *Proofreading***
7. ***Scheduling* dan *Publishing***



3. Jadwal Kerja

Penjadwalan dilakukan untuk tujuan melaksanakan alur kerja dan mengelola waktu berdasarkan pembagian tugas yang dilakukan tim kerja produksi infografis. Jadwal kerja secara umum dibagi sesuai alur kerja mencakup perencanaan konten, tim produksi dan tim publikasi.

4. Alat & Pendukung

Penjadwalan dilakukan untuk tujuan melaksanakan alur kerja dan mengelola waktu berdasarkan pembagian tugas yang dilakukan tim kerja produksi infografis. Jadwal kerja secara umum dibagi sesuai alur kerja mencakup perencanaan konten, tim produksi dan tim publikasi.

1. **Perangkat keras yang mumpuni sehingga tidak menghambat proses kerja**

   Spesifikasi komputer yang mampu untuk proses riset dan penulisan digital untuk perancang konten, komputer grafis untuk desainer grafis dan komputer dengan spek yang mumpuni untuk video rendering. Penggunaan komputer dengan sistem operasi yang sama akan mempermudah proses produksi.

2. **Perangkat lunak grafis yang kompatibel**

   Menggunakan perangkat lunak grafis yang populer adalah pilihan terbaik karena lebih menjamin kompatiblitas. Selain itu software populer memiliki dukungan komunitas dan penyediaan resource dan template maupun aset lainnya lebih banyak dan mudah ditemukan.

Rekomendasi perangkat lunak untuk kebutuhan infografis:

Pilihan	Desain grafis	Animasi video
Rekomendasi	Adobe Illustrator (berbayar)	Adobe After Effect (berbayar)
Alternatif	Affinity Designer (berbayar)	Adobe Premier Pro (berbayar)
	Adobe Photoshop (berbayar)	Sony Vegas Pro (berbayar)
	Corel Draw (berbayar)	Blender (gratis)
	Inkscape (gratis)	
	Sketch (berbayar, macOS)	
Aplikasi online & mobile	Visme.co (gratis & berbayar)	
	Canva (gratis & berbayar)	
	Piktochart (gratis & berbayar)	
	Vengage (gratis & berbayar)	

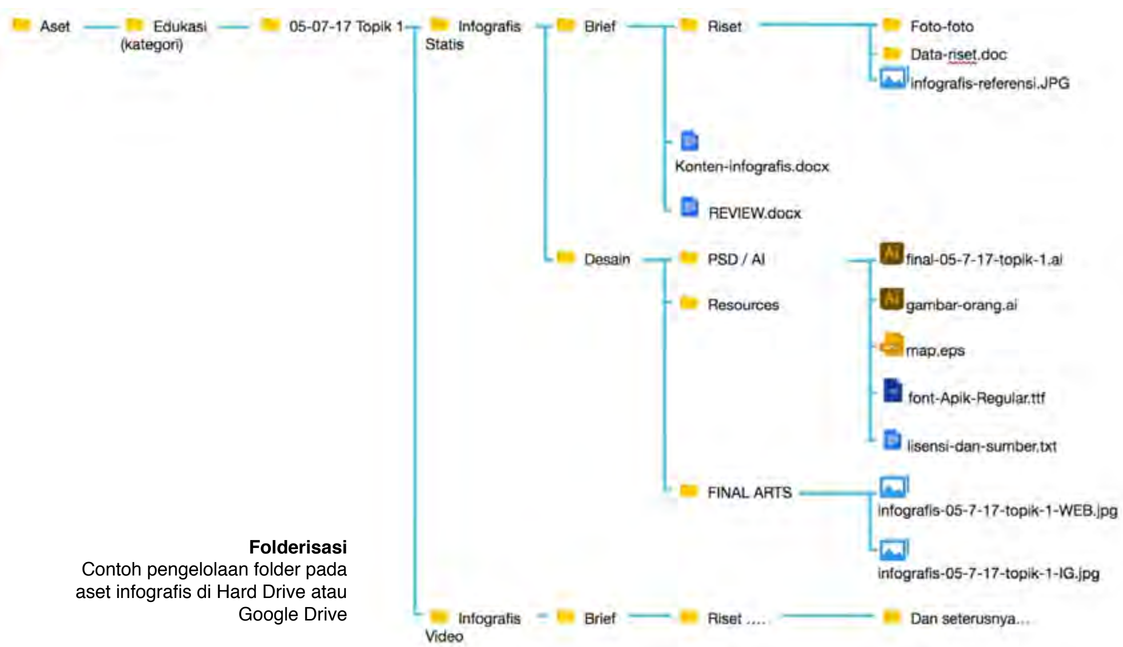
5. Manajemen Aset

Produksi infografis rutin menuntut sistem manajemen aset yang baik. Hal tersebut untuk tujuan-tujuan berikut ini:

1. Memiliki **sistem pengarsipan dan akses file yang cepat dan terpusat**
2. Memudahkan **akses untuk semua pihak untuk keperluan publikasi**
3. **Sumber referensi dan pembanding** untuk produksi berikutnya
4. Sebagai **bahan studi untuk tim baru**
5. Sebagai **pusat sharing aset untuk keperluan produksi**
6. Sebagai **bahan evaluasi** di kemudian hari

Kita dapat memanfaatkan fasilitas file sharing & storage seperti Google Drive atau Dropbox. Manajemen aset bisa dibuat secara terpisah antara final art dan aset.

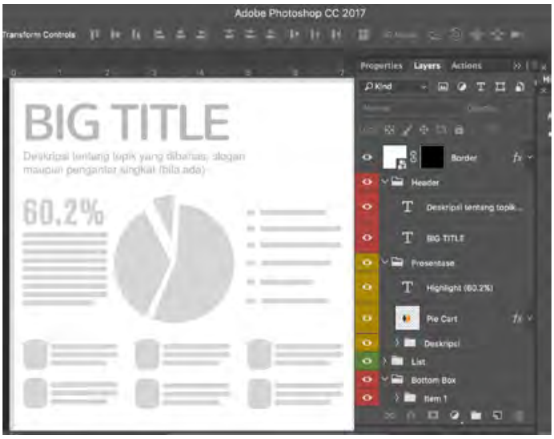
Dengan demikian semua aset akan tersimpan secara terpusat dan di kemudian hari dapat digunakan oleh semua pihak yang berkepentingan.



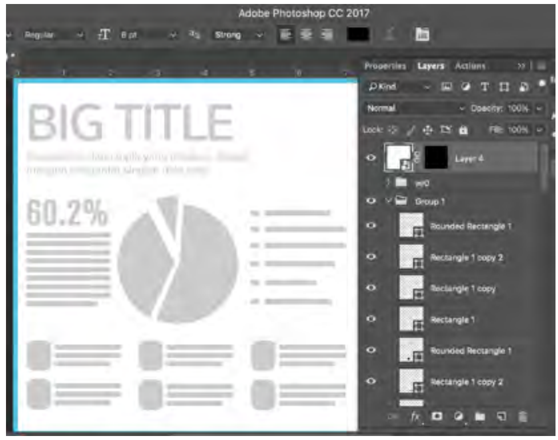
Folderisasi
Contoh pengelolaan folder pada aset infografis di Hard Drive atau Google Drive

Ada saat produksi aset untuk mengejar kecepatan produksi, biasanya kita lupa untuk mengatur organisasi file dengan baik. Terutama organisasi antar vektor atau elemen dalam sebuah file aset, misalnya .AI atau .PSD. Jangan lupa untuk memberikan nama pada setiap elemen atau grup dalam file sehingga mudah diedit atau direproduksi di kemudian hari.

Berikut ini contoh organisasi elemen file yang disarankan.



Lakukan / organisasi layer dengan nama



Jangan Lakukan / organisasi layer berantakan dan tanpa nama

6. Format *Template*

Template yang dimaksud di sini adalah aturan standar sesuai jenis-jenis konten untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi. Template bisa jadi disesuaikan dengan tema infografis yang sedang dikerjakan.



Template setidaknya memenuhi unsur-unsur yang mendukung brand secara konsisten. Sehingga dapat dilihat sebagai produk dari brand yang mapan. Unsur-unsur ini bisa diterapkan pada desain footer, karakter font yang digunakan, tipe ilustrasinya dan lain-lain.

Template
Footer dan sosial tautan sosial media yang merupakan identitas, disiapkan dalam template yang dapat digunakan kapan saja

7. *Brand Guideline*

Brand guideline yang telah disepakati diterapkan secara konsisten pada infografis yang diproduksi. Hal ini akan membuat audiens mengenali karakter infografis yang diproduksi. Apabila pada infografis yang diproduksi berafiliasi pada produk dari instansi lain, maka tidak diperkenankan melanggar larangan penyalahgunaan logo maupun brand guideline dari instansi tersebut.

8. *Preview & Review*

Preview dan *review* dilakukan untuk memastikan kualitas produk yang dibuat baik sebelum diputuskan menjadi produk akhir. Dalam proses membuat produk infografis ini, preview dan review sebaiknya juga dilakukan di level yang lebih kecil seperti pada hasil *copywriting* (konten) atau naskah, preview hasil desain atau animasi. Tentu preview dan *review* copywriting infografis baik statis maupun dinamis dengan efektif dan efisien.

1. Untuk keperluan preview, tim produksi dapat menyediakan file infografis statis dalam **format standar JPG dengan resolusi (width) 1080px**
2. Tim produksi infografis dinamis menyiapkan file berformat **MP4 dengan resolusi secukupnya 480p atau half dari resolusi asli**
3. Hasil **preview diterjemahkan kedalam review** yang kemudian diputuskan mana yang perlu direvisi
4. Hasil review yang tidak urgent/tidak mungkin dilakukan revisi untuk saat ini, disimpan untuk keperluan **pengembangan di masa depan**

9. Evaluasi

Evaluasi selalu dilakukan untuk memeriksa kembali dan mencari ruang untuk pengembangan di kemudian hari. Evaluasi merujuk kepada kualitas infografis yang telah ditetapkan pada Standar Baik Infografis Statis dan Dinamis di bab awal.

PROSES KERJA

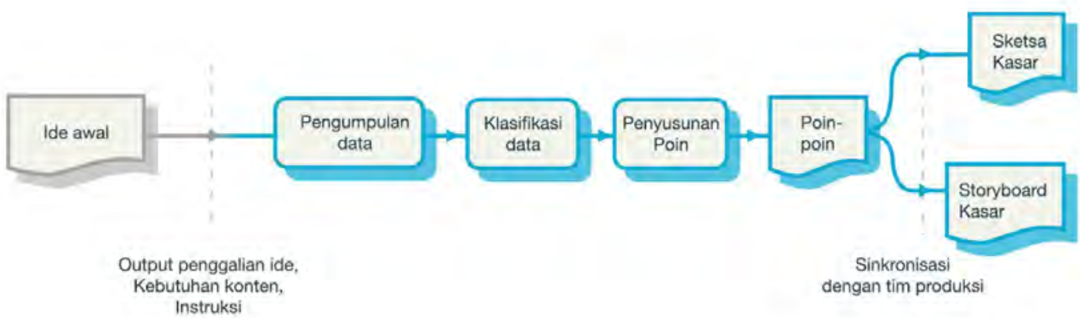
3

Bagian 1

SEKILAS TENTANG PRODUKSI KONTEN

Setelah memahami Standar Kualitas Baik dan Standar Kerja yang dibutuhkan, sekarang menerapkan proses kerja yang sesuai standar agar menghasilkan produk yang berkualitas baik. Bab ini terdiri dari tips dan cara kerja yang direkomendasikan disertai sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai standar di atas. Kronologi bab ini berdasarkan kronologi proses kerja produksi indografis statis dan dinamis yang disarankan.

Proses pembuatan konten yang dimaksud di sini adalah material yang dapat ditindaklanjuti oleh tim produksi infografis statis maupun dinamis.



Ada beberapa poin yang perlu diperhatikan dalam tahapan pembuatan infografis. Poin-poin inilah yang akan dibaca oleh dan diterapkan oleh tim desain dan animasi sebagai eksekutor. Karena itu poin-poin tersebut telah melalui proses pematangan yang meliputi:

1. **Penggalian ide**
2. **Penentuan ide akhir**
3. **Pengumpulan data**
4. **Verifikasi data**
5. **Klasifikasi data**
6. **Penyusunan poin-poin**

Copywriter juga menerjemahkan poin-poin tersebut pada sketsa kasar dan dan storyboard sederhana untuk menjelaskan plot, highlight dan referensi.

Kualitas dari material output tersebut bisa dikroscek secara internal oleh tim konten dengan indikator-indikator pada standar infografis berkualitas baik.

Kriteria	Indikator	Variable
Orientasi tujuan infografis	Poin-poin infografis edukasi apakah sudah memenuhi kriteria edukasi dan penyampaian informasi? Sosialisasi program pemerintah sudah dapat dipahami tanpa ada informasi yang hilang maupun ambigu Poin-poin tentang Indonesia telah disampaikan dengan menarik, entertaining dan memancing keingintahuan orang lebih lanjut Informasi harian telah diwakili secara utuh pada poin-poin yang dirancang	Manfaat, berita dan keter-tarikan
Riset dan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan	Memiliki informasi yang utuh Informasi akurat dan melampirkan referensi Materi merupakan material orisinil atau memuat konten yang dapat divalidasi Melampirkan sumber	Validasi dan referensi
Relevansi dengan kebutuhan pembaca	Aktual, sesuai dengan kenyataan yang ada sekarang (dapat digunakan saat ini) Up to date dengan kebutuhan pembaca saat ini Menawarkan informasi baru atau teknik penyampaian baru Dijelaskan dalam poin-poin singkat, simpel dan menarik	Gaya bahasa, up to date dan aktualitas
Alur prioritas yang harmonis dan menarik	Memiliki alur prioritas yang jelas (meningkat atau menurun) Memiliki alur penjelas dari masalah ke solusi Memiliki rangkaian narasi eskalatif-naratif	Masalah-solusi
Readability (kemudahan dibaca atau ditonton	Teks tidak terlalu panjang Tidak terlalu pendek sehingga susah dimengerti Ejaan benar Jelas dan tidak ambigu	Simplifikasi dan kejelasan informasi
Unsur persuasi	Menggunakan kalimat ajakan Pembuktian dengan referensi Mengikuti gaya familier segmen Kalimat ajakan untuk memancing reaksi positif	Otoritas dan reaksi positif
Kesimpelan	Memilih dan memilah poin-poin data/konten yang diperlukan Memiliki satu ide sentral yang jadi fokus utama penyampaian Menggunakan istilah yang populer dan mudah dipahami Tidak bertele-tele	Simplifikasi dan highlight

Kriteria-kriteria Kualitas / Parameter untuk mengukur kualitas isi konten

Bagian 2

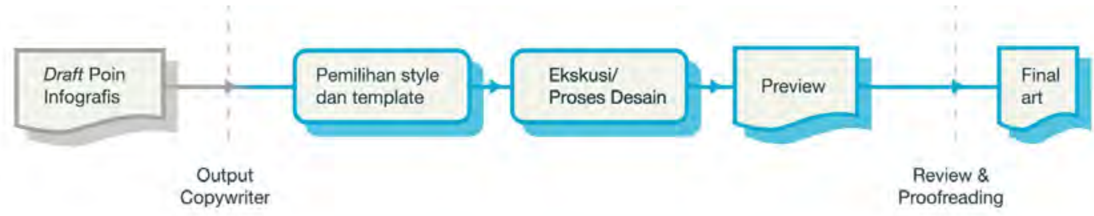
PROSES PRODUKSI INFOGRAFIS STATIS

Standar kerja untuk dalam memproduksi konten infografis statis hingga menghasilkan produk digital agar sesuai tujuan konten.
.



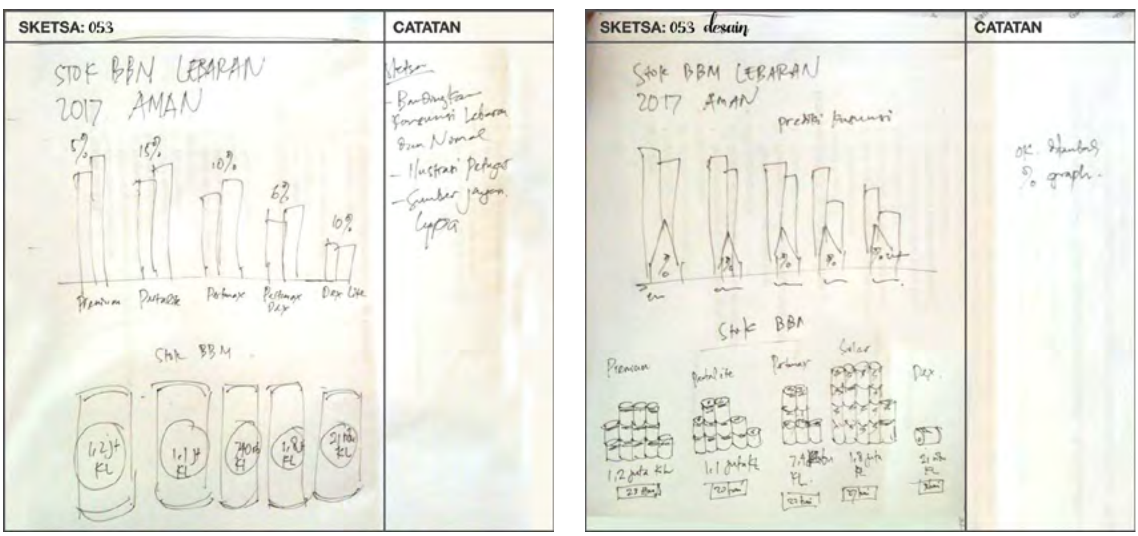
a. Alur Produksi

Alur pembuatan infografis statis sebagai berikut:



b. Sketsa & Pengembangannya

Sketsa infografis yang diberikan tim konten bersifat membantu dan memberikan penekanan pada informasi yang penting dan perlu highlight. Berikut ini contoh kasar sketsa infografis.



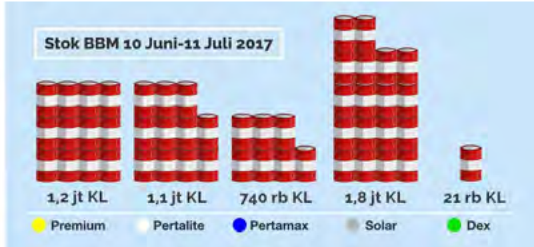
Pengembangan Sketsa / Sketsa infografis dasar dan pengembangannya.

Sketsa terjemahan inisial poin-poin material infografis terlebih dahulu dikembangkan agar memiliki pemahaman visual lebih baik. Dalam contoh kasus ini, misalnya tim desain mengubah beberapa hal seperti penempatan prosentase. Juga yang signifikan adalah perubahan pada visualisasi data jumlah stok BBM.

Format tersebut dapat diubah menjadi tumpukan drum menjadi lebih banyak, untuk menunjukkan perbedaan data statistik kuantitas stok BBM. Perubahan ini juga memberikan ruang lebih baik untuk improvisasi pembedaan jenis BBM dengan warna yang menjadi identitasnya. Ini membuat data tersebut mudah dipahami secara visual, dibandingkan dengan hanya membaca angka.

Contoh implementasi dari perubahan sketsa, dengan memperbaiki sisi visualisasi data.





Visualisasi Data / Contoh visualisasi data dalam infografis

Tampilan pertama lebih simpel tetapi tidak menampilkan kuantitas data yang seharusnya ditonjolkan, dan tidak berbeda jauh dibandingkan dengan tabel. Pada grafik 2, jumlah drum BBM menggambarkan perbandingan kuantitas dari data yang disajikan.

c. Pengaturan Awal Dokumen untuk Infografis

Setting dokumen yang perlu dilakukan adalah menyesuaikan dengan ukuran final art yang diinginkan. Konten infografis dibuat untuk website dan sosial media maka setup dokumen yang paling tepat adalah sebagai berikut:

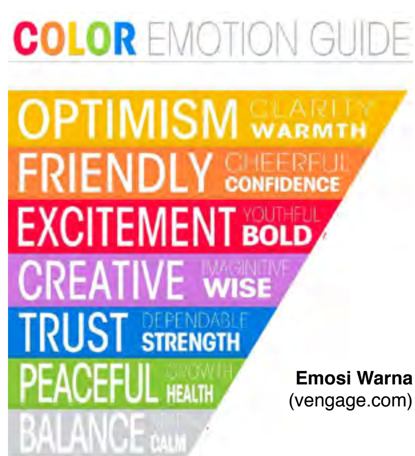
Lebar	Tinggi	Mode Warna	Resolusi	Tujuan Dokumen
1080 px	1350 px	RGB	72 dpi	Umum, web, instagram
1080 px	1080 px	RGB	72 dpi	instagram

Eksporting gambar dilakukan dengan pilihan Save for Web.. pada resolusi 72dpi. Untuk memastikan bahwa file hasil akhir yang didapatkan adalah versi untuk layar atau web, bukan untuk keperluan cetak.

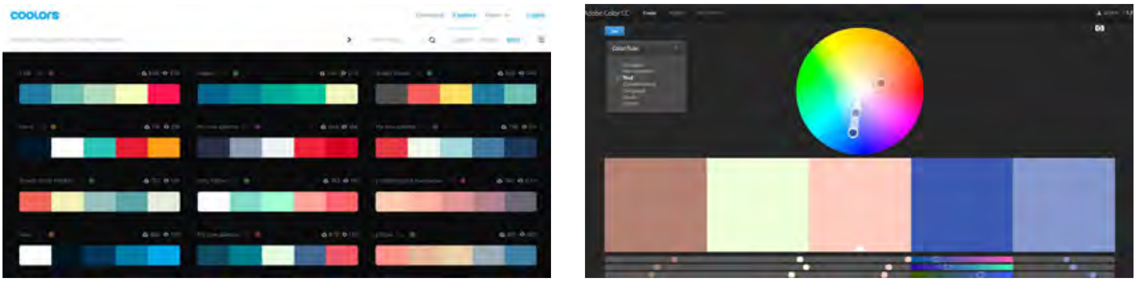
d. Pemilihan Warna

Pemilihan warna adalah salah satu hal krusial dalam mendesain infografis yang baik. Warna tertentu dengan penerapannya memiliki emosi yang bisa sebagai penguat visual infografis.

Pemilihan warna untuk infografis dapat dilakukan sebelum proses desain. Berikut beberapa website rekomendasi untuk mendapatkan pilihan kombinasi warna yang tepat. Pada website tersebut kita bisa bereksperimen menemukan warna yang tepat atau bahkan mencari color scheme yang telah dibuat orang lain untuk kita adopsi ke desain kita.



Emosi Warna
(vengage.com)



Palet Warna Instan / Contoh palet warna siap pakai dari website Coolors.co dan Color.adobe.com

e. Penggunaan Grid

Grid dalam infografis membantu memberikan panduan agar hasil akhir infografis terlihat professional. Selain itu juga memudahkan mata untuk membaca karena pengelompokan konten menjadi lebih rapi.





Sistem Grid
Strukur visual infografis dengan menggunakan grid (kiri); Tanpa grid (kanan). Anatomi infografis dengan menggunakan grid (bawah). Dengan grid infografis akan lebih terlihat profesional dan rapi.

f. Tata Letak

Layout infografis digunakan berdasarkan jenis kontennya. Berikut ada 9 jenis layout infografis yang bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan.

Template 1. Infografis Statistik
Pilih template ini saat akan menampilkan data kompleks. Tipe ini fokus untuk menampilkan data statistik yang tidak mudah dimengerti jika ditampilkan dalam tabel menjadi data yang mudah dimengerti.

Template 2. Infografis Informasional
Gunakan template ini saat isi konten berisi informasi bertipe jenis-jenis dan tatacara. Tetapi tidak terikat dalam hirarki yang mengharuskan data disusun berdsarkan ranking atau urutan khusus.

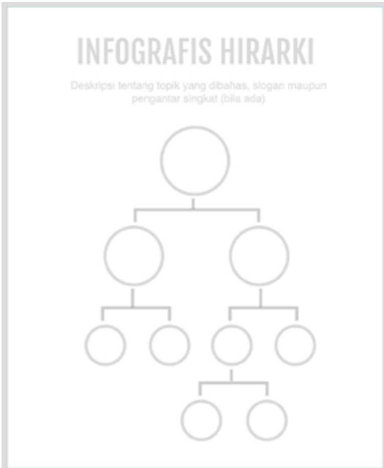
Template 3. Infografis Kronologi
Gunakan saat menampilkan kronlogi berdarkan waktu.

Template 4. Infografis Proses
Pilih template ini saat akan data proses yang tergantung pada urutan yang tidak boleh dilewatkan. Misalnya step by step atau infografis prosedur pelaksanaan sesuatu.

Template 5. Infografis Geografis
Gunakan template ini saat menampilkan konten yang menggunakan peta. Infografis ini memudahkan orang mengerti posisi dari apa yang disajikan maupun hal lain seperti luas daerah, perbandingan wilayah dll.



Template 6. Infografis Perbandingkan
Gunakan saat menampilkan perbandingan satu hal dengan yang lainnya. Infografis ini memiliki elemen-elemen yang dapat dibandingkan guna memberikan pertimbangan terhadap pembaca atau sekedar memberikan informasi perbedaan.



Template 7. Infografis Hirarki
Pilih template ini saat akan menampilkan informasi dengan struktur hubungan yang bersifat hirarkis. Untuk membuat infografis ini fokus lah pada kemudahan pembaca untuk membaca hubungan antar objek dalam hirarki tersebut.

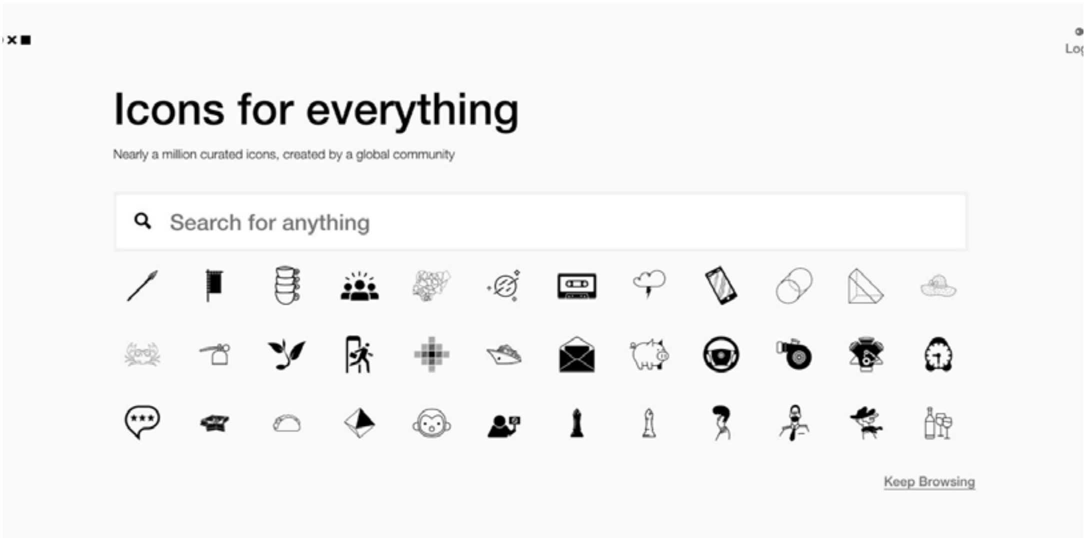
Template 8. Infografis Chart-Centric
Gunakan template ini saat isi konten berisi informasi berbentuk chart, baik chart prosentase maupun diagram batang. Yang perlu dilakukan adalah membuat chart ini tampil lebih menarik dan mudah dimengerti.

Template 9. Inforgrafis Kombinasi
Gunakan template ini memiliki banyak jenis informasi yang harus disajikan dengan karakter yang berbeda-beda.

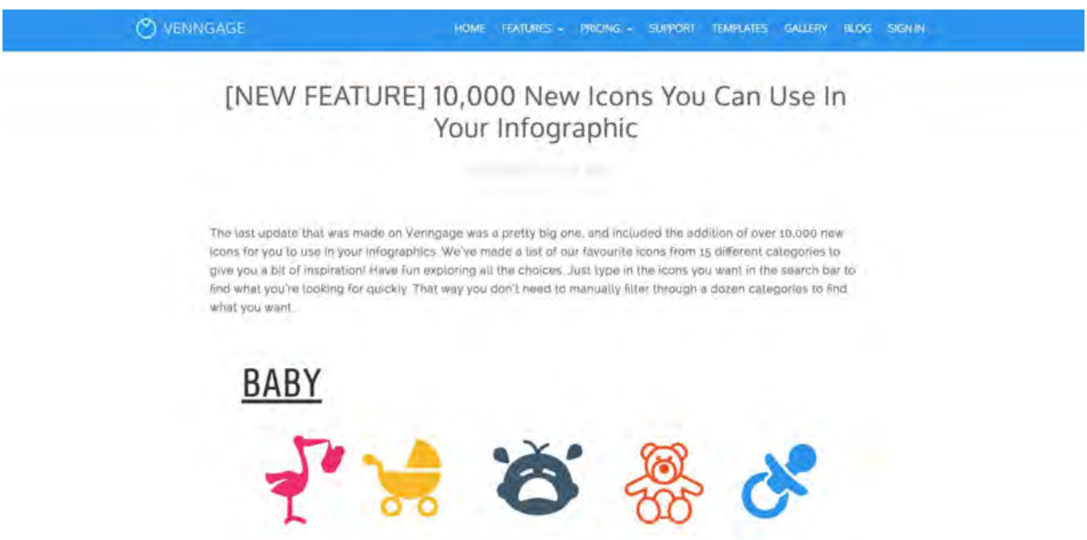
g. Penggunaan Ikon dan Simbol

Pemilihan ikon bisa jadi menghabiskan waktu produksi. Di internet kita bisa mencari sumber icon di mana saja, baik yang benar-benar gratis, maupun berbayar. Yang perlu diingat adalah kehati-hatian dalam menggunakannya karena beberapa icon memiliki lisensi khusus yang tidak bisa asal digunakan.

Berikut contoh website yang menyediakan icon gratis yang cocok untuk infografis.



The Noun Project
https://thenounproject.com/



Vengage Freebies
https://venngage.com/blog/10000-new-icons-you-can-use-in-your-infographic/

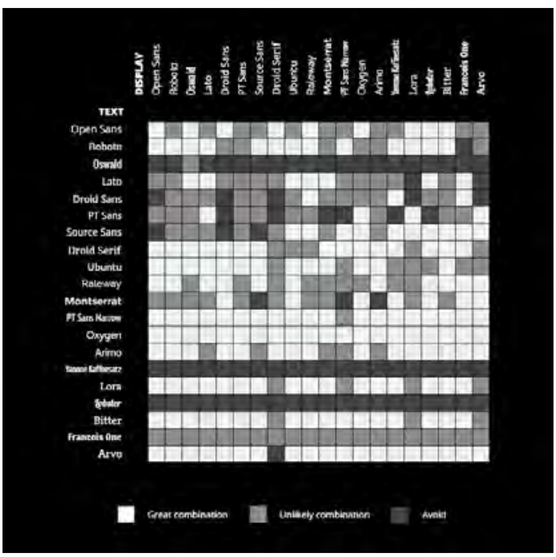
h. Penggunaan Ilustrasi & Gambar

Pada infografis ilustrasi dan gambar digunakan untuk mendiskripsikan data atau konten yang bersifat kualitatif. Ilustrasi dan gambar didapat dari proses pembuatan mandiri atau mengambil dari pihak ketiga. Sumber sumber gambar yang bisa dikoleksi untuk mendukung keperluan ini seperti pixabay.com dan sumber lainnya. Materi ilustrasi menggunakan aset dari Shutterstock.com. Tetapi setiap gambar dan ilustrasi tersebut memiliki lisensi penggunaan yang berbeda-beda. Karena itu telitilah dalam menggunakannya dan pastikan semua tidak ada lisensi yang tidak berhak kita pakai.

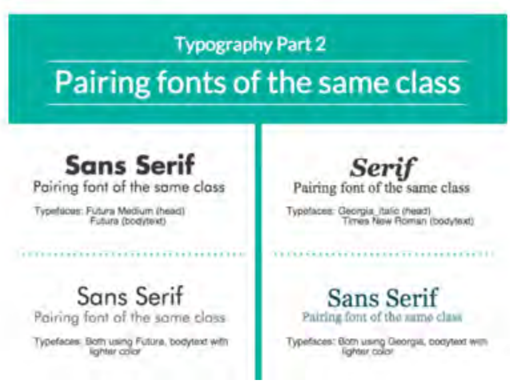
Cara paling aman adalah dengan membuat ilustrasi atau menggunakan gambar dengan lisensi milik kita sendiri.

i. Penggunaan Tipografi

Dalam memilih tipografi untuk infografis kita bisa menggunakan tools dan website penyedia font seperti Google Fonts. Kombinasi font yang tepat akan menghasilkan desain yang profesional dan sesuai dengan pesan infografis.







Penggunaan tipografi
Berikut beberapa contoh perpaduan font dengan kombinasi kelas yang sama (*Serif-Serif* atau *Sans-Sans*) dan juga kelas yang berbeda (*Sans-Serif*).

Untuk menggunakan gabungan font yang tepat, gunakan tools yang dapat membantu menemukan kombinasi font yang bagus seperti pada http://fontpair.co/

j. *Exporting Final Art* (siap dipublikasikan)

Berikut ini pengapilkasian infografis untuk menjadi file *ready to publish* ke berbagai media.



Instagram: Format Square
Format default instagram berbentuk square / persegi dengan ukuran lebar 1080px x tinggi 1080px. Ini adalah format paling ideal.

Ini adalah format default Instagram dan direkomendasikan.



Instagram: Format Vertikal
Format vertikal instagram berbentuk persegi panjang vertikal dengan lebar 1080px dan tinggi maksimal 1350px. Format ini sangat bagus menampilkan gambar / infografis pada smartphone. Tetapi tidak tampak baik pada profile karena bagian atas dan bawah terpotong (dipaksa menjadi persegi).



Instagram: Format Horizontal
Format ini berbentuk persegi panjang dengan lebar maksimal 1080px dan tinggi minimal 566px. Format ini bagus untuk menampilkan gambar pada instagram website namun tidak terlalu bagus pada smartphone. Pada profil juga tidak ideal karena bagian kiri dan kanan infografis tipe ini akan dipotong agar menjadi persegi/square.



Website
Pada website tidak terbatas ukuran tinggi. Tetapi yang perlu diperhatikan adalah size dari file tersebut. Gunakan ukuran lebar 1080px (agar mudah menyesesuaikan ukuran default) dan tinggi sesuai isi kontne. Upayakan tidak berat, lakukan kompresi dengan kualitas JPEG maksimal 80%. Optimasi ukuran juga bisa dilakukan pada websitenya.



Whatsapp
Untuk sharing di Whatsapp, tidak ada batasan khusus karena kualitas gambar yang dibagikan melalui platform ini bergantung pada resolusi smartphone juga. Tetapi agar lebih aman gunakan ukuran lebar maksimal 1080px dan size ideal maksimal 5MB.

Facebook
Semua format instagram dapat diterapkan pada Facebook dengan baik.

Twitter
Semua format instagram dapat diterapkan pada Twitter dengan baik. Untuk hasil optimal, gunakan ukuran Instagram: Format vertikal atau Format square

Bagian 3

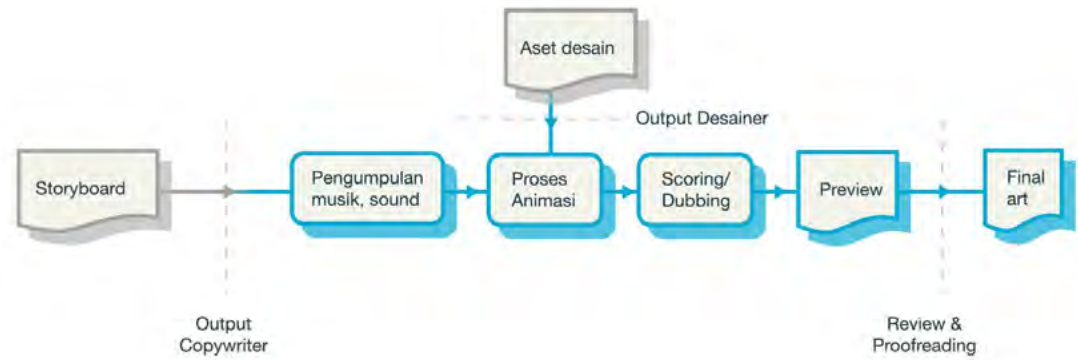
PROSES PRODUKSI INFOGRAFIS DINAMIS



Standar kerja untuk dalam memproduksi konten infografis dinamis sehingga menghasilkan produk digital agar sesuai tujuan konten.
.

a. Alur Produksi

Langkah pertama untuk membuat dinamis grafis adalah menentukan plot atau alur infografis dinamis ini.



b. Sketsa Storyboard, Mood & Pengembangannya

Berikut ini contoh pengembangan storyboard dari storyboard kasar menjadi yang lebih lengkap. Disertai step-step animasi yang diinginkan.

Pada tahap ini juga ditentukan jenis musik dan sound effect yang mungkin dibutuhkan. Apabila memakai voiceover, maka dapat diberi catatan di scene mana saja pembagian voiceovernya.

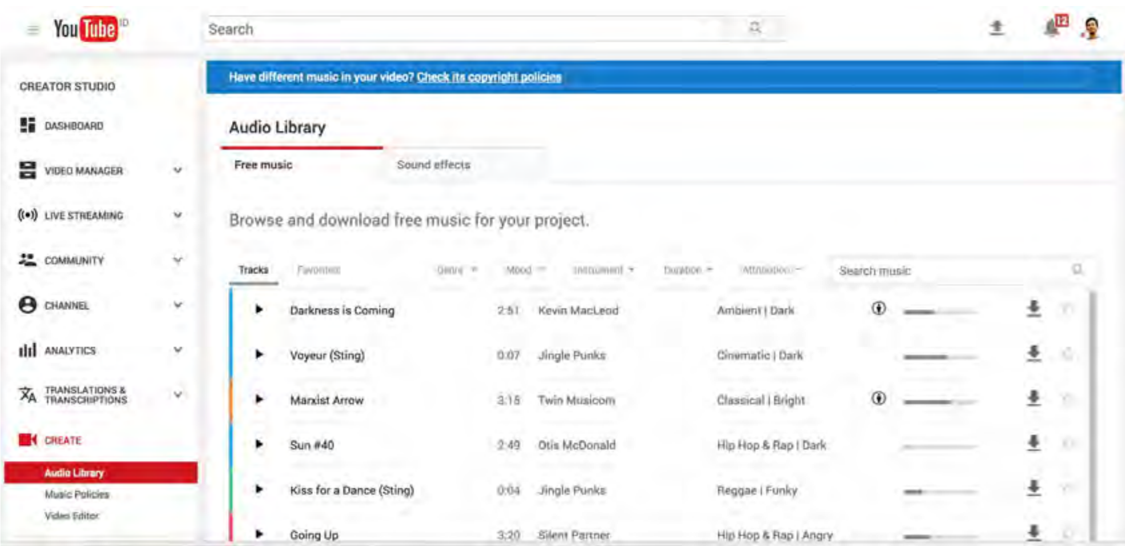


Storyboard
Sketsa kasar storyboard awal dan pengembangannya

c. Memilih Musik Latar dan *Sound Effect*

Memilih musik latar (background music) dapat dilakukan dengan mengenali konten infografisnya. Apakah dibutuhkan suasana yang penuh semangat, suasana tenang atau suasana menghayati atau mengenang. Semua dapat dipenuhi dengan memilih musik yang tepat.

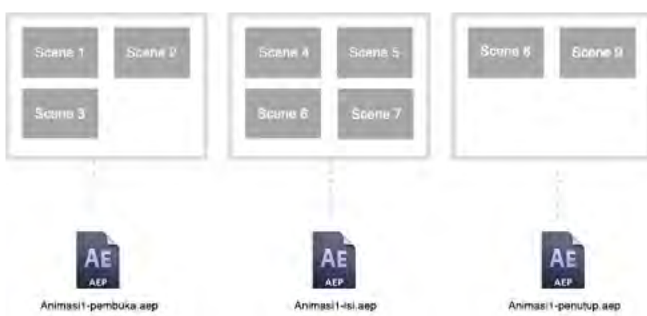
Musik latar dapat dicari di berbagai penyedia musik dan sound effect, dengan berbagai lisensi baik yang 100% gratis, harus menyertakan kredit maupun berbayar. Salah satu contoh paling praktis adalah Youtube Audiolibrary. Di website ini kita bisa menggunakan berbagai macam musik dengan gratis dengan memilih genre musik, mood yang dicari, jenis instrumen dan durasi.



Youtube Audiolibrary https://www.youtube.com/audiolibrary/music

d. Proses Animasi dan Transisi

Pada proses ini animasikan objek berdasarkan storyboard yang telah dirancang. Untuk mempermudah proses, kelompokkan scene pada story board menjadi beberapa bagian, misalnya bagian pembuka, bagian inti (misalnya dipisah lagi menjadi inti 1, inti 2, dst) dan bagian penutup.



Hal ini akan menjadikan proses animasi lebih ringan karena tidak diproses sekaligus, juga memudahkan proses revisi.

e. Merekam Voiceover

Hal yang perlu dicatat pada produksi voiceover adalah kelengkapan berupa mic atau recorder yang mampu meredam noise, dan dilakukan pada ruangan yang ideal (tidak ada suara). Direkomendasikan memiliki ruangan khusus untuk merekam suara, Voiceover dilakukan pada saat video telah terkompilasi utuh. Dubber melakukan rekaman dengan mempelajari script dan mempelajari scene by scene video yang telah dibuat.

f. *Exporting Final Art* (siap dipublikasikan)

Berikut ini pengapilkasian infografis untuk menjadi file *ready to publish* ke berbagai media.



Instagram: Default
Eksporting infografis dinamis pada Instagram dapat menggunakan ukuran default 1080px (1:1 kotak) dengan maksimal durasi 60detik dan maksimal size yang dapat diterima adalah 4GB dengan frame rate maksimal 30fps.

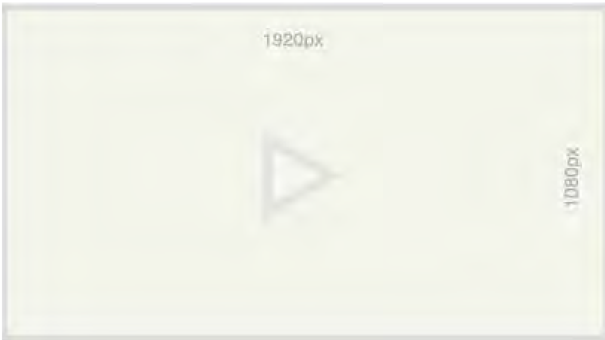


Instagram: Horizonal
Eksporting infografis dinamis pada Instagram dapat menggunakan ukuran horizontal dengan ukuran 1800px x 945px (1.91:1 lanskap) dengan durasi dan ketentuan lain sesuai Instagram:default.



Instagram: Vertikal
Eksporting infografis dinamis pada Instagram dapat menggunakan ukuran vertikal dengan ukuran 864px x 1080px (4:5 portrait) dengan durasi dan ketentuan lain sesuai Instagram:default.

Youtube
Eksporting infografis dinamis untuk Youtube direkomendasikan menggunakan ratio 16:9 dengan kualitas Full HD 1080p (1920px x 1080px) atau minimal HD 720p (1280px x 720px) pada rate 29,97fps.



Whatsapp
Untuk sharing infografis dinamis di Whatsapp, gunakan kualitas video versi medium dan upayakan ukuran maksimal 5MB. File yang dapat diterima dalam sharing video di Whatsapp adalah 16MB, tetapi tidak perlu memanfaatkan batas maksimal tersebut agar video dapat diterima user dengan optimal dan nyaman.

Terkait ukuran, semua jenis ukuran untuk instagram dapat digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Lankow, J. et al. 2012. Infographics: The Power of Visual Storytelling. John Wiley & Sons., Inc. New Jersey

Gamble, Stephen. 2016. Visual Content Marketing: leveraging infographics, video and interactive media to attract and engage customers. John Wiley & Sons, Inc,. New Jersey

Miller, Barbara M; Barnett, Brooke. Newspaper Research. Journal 31.1 (Winter 2010): 52-68.

Saptodewo, Febrianto. 2014. DESAIN INFOGRAFIS SEBAGAI PENYAJIAN DATA MENARIK. Jurnal Desain volume 01 nomor 03 mei 2014 163-218

Skyes, Martin. Malik, A. Nicklas. West, Mark.D. 2013 Stories That Move Mountains Storytelling and Visual Design for PERSUASIVE PRESENTATIONS. John Wiley & Sons Ltd, West Sussex, United Kingdom

http://www.erickazof.com/apa-itu-infografis/ diakses pada 09.35. 1 juni 2017
https://designschool.canva.com/blog/brand-color-palette/ diakses pada 10.00. 5 juni 2017

http://www.venturetobloom.com/downloads/e-street-font-color-palette/ diakses pada 11.25. 5 juni 2017

https://colorlib.com/wp/size-of-the-instagram-picture/ diakses pada 08.05. 3 juni 2017
https://havecamerawilltravel.com/photographer/instagram-photo-size-guide/ diakses pada 14.40. 5 juni 2017

https://business.instagram.com/advertising/ diakses pada 19.44. 5 juni 2017

http://www.socialmediaexaminer.com/infographics-everything-you-need-to-know/ diakses pada 19.07 5 juni 2017

http://www.dharilo.com/2015/12/30/how-to-use-infographics-in-your-social-media-marketing/#.WTWG4WiGPIU/ diakses pada 02.40. 3 juni 2017

http://www.copypress.com/blog/tips-for-creating-infographics-for-social-media/ diakses pada 05.35. 3 juni 2017

https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/ diakses pada 19.25. 5 juni 2017

https://www.creativebloq.com/infographic/tools-2131971/ diakses pada 20.50. 1 Desember 2017

https://venngage.com/blog/infographic-design-the-dos-and-donts-of-color-selection/ diakses pada 21.20 1 Desember 2017

http://blog.visme.co/types-of-infographics/ diakses pada 22.12. 1 Desember 2017

https://www.hongkiat.com/blog/infographic-tools/ diakses pada 14.10. 12 Desember 2017

https://creativemarket.com/blog/10-infographics-on-how-to-mix-fonts-like-a-pro diakses pada 12.10. 17 Desember 2017

https://www.youtube.com/audiolibrary/music diakses pada 11.23. 11 Desember 2017

https://venngage.com/blog/10000-new-icons-you-can-use-in-your-infographic/ diakses pada 19.23. 28 Desember 2017

https://thenounproject.com/ diakses pada 19.44. 28 Desember 2017

Color.adobe.com diakses pada 18.40. 29 Desember 2017

Coolors.co diakses pada 19.21. 29 Desember 2017

www.neomam.com; diakses pada tanggal 4 April 2017

Buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan standar membuat infografis yang baik secara visual maupun isinya, tidak hanya infografis statis namun juga infografis dinamis (motiongrafis). Dengan memaparkan seluruh elemen dan kriteria yang diperlukan untuk membuat infografis berkualitas baik, buku ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi pembaca untuk memproduksi konten positif yang bermanfaat bagi masyarakat.

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
REPUBLIK INDONESIA
Menuju Masyarakat Informasi Indonesia

ISBN 978-602-17232-5-8

9 786021 723258

Indonesia baik.id

indonesiabaik.id IndonesiaBaikId www.indonesiabaik.id